

Het academisch bestuderen
van radio- en vooral televi-

sieprogramma's

gebeurt aan de uni-
versiteiten vooral in
de Communicatie-
wetenschappen.

Door de groei van
commerciële omroe-
pen, voornamelijk

televisieomroepen, is de
belangstelling voor het stu-
dieterrein gegroeid, en zijn
de studies over deelasppec-
ten van de media niet meer
te tellen, vaak ook nog
nauwelijks te overzien, nog
vaker helemaal niet meer
op hun waarde in te schat-
ten. Omdat aan de univer-
siteiten de becijfering van
resultaten vaak als de
voornaamste wetenschap-
pelijke barometer wordt
gehanteerd, zijn er de laat-
ste jaren vooral veel kwan-
titatieve onderzoeken geor-
ganiseerd, waarbij groe-
pen opgesplitst worden per
voorkeur.

H

ET WELBEHAGEN

Omdat ook kosten doorslagge-
vend zijn bij wetenschappelijk
onderzoek, valt de keuze nogal
makkelijk op een **kwantifica-
tie** van het aanbod, of een
kwantificatie van voorkeuren
bij een relatief kleine steek-
proef, zoals dat ook met de
becijfering van kijkcijfers
gebeurt. Deze aanpak levert
voornamelijk **documentaire**
resultaten op: toekomstige vor-
sers zullen vrij precies weten
hoe in een bepaalde periode
naar televisie gekeken werd,
hoeveel mensen naar bijvoor-
beeld ontspanningsprogramma's
keken. Per definitie zijn dit
resultaten die terugkijken.
Deze onderzoeken hebben hun
waarde, maar zij geven weinig
antwoord op de vraag **waarom**
mensen kijken/luisteren, laat
staan wat zij ervan meedragen.

Deze voorkeur voor de
aanbodskant heeft ook ideo-
logische gronden die doorsche-
meren in bijvoorbeeld de term
massamedia, ondanks dat nie-
mand bewust in massa kijkt,
maar als gevolg van een individuele beslis-
sing.

Aan de andere kant gaan staan, aan
de kant van het **individu** dat, volgens eigen
regels, normen, inzicht, temperament, een
keuze maakt en een eigen gebruik maakt
van de media, van cultuurprodukten, dat is
wat het laatste decennium vooral in Groot-
Britannië, gedeeltelijk ook in de Verenigde
Staten, is gebeurd. Niet toevallig zijn dat

landen waar de populaire cultuur een
belangrijke plaats heeft opgeëist in het
dagelijkse leven, maatschappelijk en com-
mercieel.

Professor Gust De Meyer, ooit nog
betrokken bij roemruchte programma's als
"Funky Town", doceert "**Populaire cul-
tuur**" aan de Katholieke Universiteit van
Leuven, en heeft een aantal bevindingen
van deze nieuwe richting in de communi-
catiewetenschappen gebundeld in "**De zin
van de onzin**". Dat deel van het boek
wordt voorafgegaan door een aantal case-
studies over onverwachte aspecten van de
populaire cultuur, over de auto, de surf-
plank, popmuziek en uiteraard over televi-
sie. Het boek is niet alleen een primeur
voor Vlaanderen, het is zo goed als ver-
plichte lectuur voor iedereen die bij
publieksmedia betrokken is. Vandaar een
gesprek.

**Ik vond je boek een mooi pleidooi
voor het individu als de gewone cul-
tuurconsument.**

Gust De Meyer: "Dat is zo. Ik schrijf me
in in de nieuwe richting van het communi-
catie-onderzoek, waar een verschuiving
merkbaar is van **sociale componenten**
naar **individuele, psychologische ele-
menten**. Het communicatie-onderzoek
kent ook, zijn opeenvolgende benaderings-
wijzen, zijn modes misschien zelfs.

Vroeger, zo'n dertig jaar geleden
toen de noties over cultuurindustrie ingang
vonden, was er vooral belangstelling voor
de **producent**, voor wie achter de scher-
men aan de touwtjes trok. Het individu
kwam eigenlijk alleen ter sprake als onder-
deel van de groep die op allerlei manieren

dat kunnen doen, maar daar bestaat geen tijd voor. Er wordt uiteraard voorrang gegeven aan nieuwe opnamen voor de uitzendingen. Dat blijft de eerste opdracht. We zouden daar dan ook weer meer mensen voor nodig hebben.”

Er worden ook veel opnamen voor CD gemaakt, waar een grotere dynamiek (het verschil tussen de kleinste en de grootste geluidsterkte) mogelijk is dan bij uitzendingen. Binnenkort, in 1997 zou de radio digitaal gaan uitzenden. Verandert dat de opname technieken?

Willy De Ridder: “Voor de opnamen zal dat niet veel veranderen, omdat we precies al enkele jaren geleden de stap naar digitale opname hebben gezet. Er zal wel een verschil in behandeling van het geluidssignaal zijn, zoals die er nu al is tussen een opname uitsluitend voor CD en een uitzendopname. Wij maken uiteraard in de eerste plaats opnamen voor uitzending en binnen de dynamiek die mogelijk is voor die uitzendingen. Dat betekent dat je als je een opname op band hoort, sommige zaken niet altijd klinken zoals je zou verwachten. Een fortissimo klinkt dan soms niet meer echt als een fortissimo omdat dat binnen dat

decibelbereik niet mogelijk is.

Ik weet niet of de introductie van digitale radio meteen grote veranderingen gaat teweeg brengen omdat je hoe dan ook moet blijven werken voor de luisteraars. De meerderheid van de luisteraars zullen zeker de eerste jaren op de FM-band blijven luisteren met analoge ontvangers.”

De Muziek kern komt naar Reyers. Heeft dat gevolgen?

Willy De Ridder: “Niet al te veel, hoop ik. We gaan tijdelijk een extra regiekamer installeren in een van de luisterspelstudio's. Klassieke opnamen met grote ensembles zullen daar niet mogelijk zijn, maar we blijven dus wel concerten opnemen met de mobiele studio. Op langere termijn zal er dan een oplossing moeten komen, ofwel terug naar Flagey, of een definitieve oplossing binnen Reyers. Er is ook een probleem van materiaal. De opnamestudio in Flagey is nu twaalf jaar oud en zou dus binnen enkele jaren moeten aangepast worden. Nu, dat moet uiteraard bekeken worden. Er is alvast behoefte aan een BRTN-multi-spoorstudio die desgevallend ook voor producties met publiek kan ingezet worden.”



MARK DE VILDER

Het twintigjarig bestaan van de Muziek kern werd gevierd in de grote studio van het Flageygebouw.

gemanipuleerd zou (kunnen) worden. Daarna kwam er een richting die de **ideologie** in de teksten wou blootleggen. *Tekst* moet je dan zien als elke uiting, niet strikt als een verzameling zinnen. De mogelijk argeloze consument moest gewaarschuwd worden voor de gevaren die hem bedreigden, en waar hij zich niet bewust van was. Dat waarschuwen heeft de consument niet belet om zijn eigen keuzen te maken, én zijn eigen interpretaties door te voeren.

Daar zitten we nu dus, proberen te achterhalen waarom die consument bepaalde zaken uitkiest, en wat hij ermee doet. Het gaat daarbij vooral om de plezierervaring, het **welbehagen** dat de consument ondervindt. We proberen ons dus niet meer te laten leiden door een vooringomen waardeoordeel over hoe cultuurproducten zouden moeten beleefd worden, we veroordelen het produkt, noch de producent."

Bij een aantal van die onderzoeken overvalt me een uiterst dubbelzinnig gevoel: aardig gevonden, interessant, maar hoe representatief zijn deze vaststellingen? Vaak komt het in de buurt van goede vaststellingen-journalistiek, met een vleugje filosofie, zoals Walter Benjamin dat bijvoorbeeld beoefend heeft. Zonder te twijfelen aan de waarde, noch aan de waarheid van de onderzoeken, is het niet meteen duidelijk hoe de vaststellingen kunnen geëxtrapoleerd worden.

Gust De Meyer: "De kans is bij dit soort onderzoek inderdaad groot dat je je blind staart op enkele aspecten en die uitvergroot. Dit soort onderzoeken heeft niet dit soort **pretenties** die het vroegere communicatie-onderzoek had. De kwantitatieve onderzoeken hebben hun waarde, laat dat duidelijk zijn, maar je kwam uiteraard nooit bij motivaties uit. Hier is men tevreden met even wat mee te lopen met mensen uit een subcultuur, kleine onderzoeken te doen. Je moet als wetenschapper er zo ernstig mogelijk mee bezig

zijn, en je niet laten verleiden tot zuiver subjectieve stellingnames."

Positief

Er ontstaat ook pas een goed beeld wanneer heel veel kleine onderzoeken elkaar overlappen, en de densiteit zeer groot wordt.

Gust De Meyer: "Ongetwijfeld. Soms heb ik ook zelf het gevoel dat sommige conclusies of verbanden behoorlijk ver gezocht zijn. Of dat het meer om invallen gaat dan om wetenschappelijke arbeid. Langs de andere kant kan het tot interpretaties leiden, tot nieuwe ideeën.

Op mijn manier probeer ik zelf wel de tekst niet uit het oog te verliezen, en op die manier niet alleen oog te hebben voor wat de consument vindt, maar ook een relatie te leggen met de tekst zelf. Dat is bijna werken op de oude, structuralistische manier, met toch nog opdelingen in categorieën, in tegenstellingen. In dit boek heb ik de kant van de producent bewust links laten liggen."

Omdat het bij de beschouwde produkten van de populaire cultuur als een vanzelfsprekend wordt ervaren dat de producent wil, of economisch moet, inspelen op wat de consument ermee gaat doen.

Gust De Meyer: "Ja, dat is het. Ik probeer niet uit te gaan van een waardeoordeel,

Johan Verstreken
met de actrice
Darlene Conley uit
de Amerikaanse
soap-reeks "The bold
and the beautiful".



BRIN

waarbij bij voorbaat bepaalde zaken als negatief worden ervaren. Je kan noch als wetenschapper, noch als journalist, helemaal je eigen subjectiviteit uitschakelen, dat is evident, dat doe je overigens ook niet bij een meer wetenschappelijk ogend, kwantitatief onderzoek, waar je door de manier van vragen stellen ook een aantal waarden inbrengt.

Ik apprecieer heel erg wat mijn collega's doen, maar ik deel het cultuurpessimisme van een aantal onder hen niet. Toen ik dit boek samenstelde, merkte ik dat ik eigenlijk continu bezig was met zaken **positief** te benaderen, ze hun waarde te laten.

Dat wil niet zeggen dat ik geen waardeordelen heb, noch dat ik zou vinden dat ze niet zouden mogen gehanteerd worden. Ik wil niet geboekstaafd worden als iemand voor wie alles goed is, nog veel minder als de man die de traditionele cultuur wil vervangen door deze vormen van populaire cultuur. Het enige waar ik naar streef is dat we ook die andere vormen van cultuur zouden onderzoeken, en daar misschien de eventuele waarde van zouden onderkennen."

Ondanks alles zijn veel van deze onderzoeken behoorlijk moraliserend.

Gust De Meyer: "Ja. Ze veroordelen niet meer, maar het is misschien wel een oproep om wat oog te hebben voor wat anderen appreciëren."

Hoe komt het toch dat zoveel van je collega's-onderzoekers met zo'n negatief oordeel over populaire cultuur rondlopen? Soms heb ik de indruk dat zij vooral gestoord worden door de onontkoombaarheid van cultuurvormen die vroeger ook bestonden, maar konden genegeerd worden als je niet tot de sociale klasse behoorden waarin ze opgang maakten?

Gust De Meyer: "Je moet je inderdaad inleven. Als ik het in dit boek over **skaten** heb, over surfen, dan weet ik waar ik over praat. Ook over **televisiespelletjes**, je kan daar niets zinnigs over zeggen als je daar niet een hele tijd intensief mee bezig bent. De communicatiewetenschappen heeft heel

veel van die zaken verwaarloosd, omdat men zeer dikwijls meer geïnteresseerd was hoe mensen konden gemanipuleerd worden, of hoe ze tot verleffing konden worden gebracht. Mer ging ervan uit dat bepaalde televisieprogramma's, reclame, erotische programma's, et cetera, een invloed hadden, en dat die invloed slecht was. De zaken die daar buiten vielen, televisiespelletjes, puur amusement, werden niet bestudeerd omdat die geen kwalijke invloed hadden. Baatten ze niet, z schaalden ook niet, en dus leek dat niet interessant om te onderzoeken."

Een bizar facet van die cultuurkritiek is de premisse dat er een bepaalde klasse over een bepaalde cultuur beschikte, en, vooral, niet geïnteresseerd was in "lagere" vormen van cultuur. Terwijl we bij de BRTN vaststellen dat bijvoorbeeld "F.C. De Kampioenen" door zowel dokters als dokarbeiders bekeken en gesmaakt wordt, en ook de notarisvrouw kwijnt even weg bij Will Tura in Vorst-Nationaal.

Gust De Meyer: "Vroeger dacht men inderdaad altijd in deografische klassen over de maatschappij, en dus leek het vanzelfsprekend dat een hogere klasse vanzelfsprekend over een hogere cultuur beschikte. Dat is gedeeltelijk mischien ook wel waar geweest, en het kwam die hogere klasse ook goed uit om die mythe in stand te houden. Die duidelijke relatie tussen klasse en elitecultuur is echter geheel en al voorbijgestreefd.

Dat komt omdat er een cultuurproduct op verschillende manieren gelezen wordt door verschillende individuen. "F.C. De Kampioenen" is een goed voorbeeld, de film en het feuilleton "Daens" is dat ook. Of "Melrose Place", dat bijna een cult-programma is, waar zoveel verschillende publiekscategorieën zich in terugvinden.

Vroeger dachten dat iedereen op dezelfde manier naar programma's keek. Er werd een ingebakken code verondersteld waaraan je niet kon ontsnappen. Programma's worden weliswaar nog altijd volgens vooropgestelde conventies gemaakt en opgebouwd, maar we aanvaarden nu dat het uiteindelijke resultaat niet te voorspellen

is omdat de individuele kijker het aangeboden programma plaatst in zijn eigen leven, in de context van de andere aangeboden programma's. Dat levert een heel complexe structuur op, een heel web van interacties, waardoor het eindbeeld niet precies meer te voorspellen is."

Amerika

Het valt op dat, naast de conventies van mooie mensen, klassiek opgebouwde dubbelplot-verhalen in Amerikaanse produkties, zoals "Melrose Place", veel meer dan in Europese, er een educatief, minstens moraliserend, element wordt ingebracht.

Gust De Meyer: "Op een manier die wij zelfs niet meer kennen. Zodra bijvoorbeeld iemand een sigaret opsteekt, is er wel iemand die de opmerking maakt dat roken slecht is voor de gezondheid. Mij maakt niemand nog wijs dat Amerikaanse televisieproducties minder of geen waarden zouden bevatten, vergeleken met Europese producties. In de Amerikaanse produkties, zeker zij die op de jeugd gericht zijn, wordt een stuk begeleiding, opvoeding ingebouwd. Jonge mensen zien er een reflectie van hun problemen in, en daarom kijken ze. Producenten zijn er verplicht om programma's te laten aansluiten bij de leefwereld van hun doelgroep, anders werken ze niet.

Ik begrijp overigens die tegenstelling tussen Europese en Amerikaanse cultuur niet zo goed. Wij, Europeanen, zouden een cultuur hebben die wortelt in het verleden, die niet alleen op het heden gericht is, zoals de Amerikaanse cultuur. Maar als je eerlijk bent, wat kan je dan nog als een typisch Vlaamse, of typisch Europese, cultuur omschrijven? Is dat de folklore uit ons verleden, is dat onze taal? Misschien.

Voor het verleden is er niet zo'n probleem. Rubens, okay, dat is van ons, maar in de huidige tijd? Is Vlaamse cultuur wat gesubsidieerd wordt door de Vlaamse Gemeenschap? Is de Europese cultuur een *melting pot*?

Maar dat is toch precies wat die Amerikaanse cultuur is, een *melting pot* van ik weet niet hoeveel Europese volkeren, gecombineerd met zwarte elementen, Indiaanse elementen? Wat is bijvoorbeeld rock'n'roll anders dan Ierse muziek, die met de kolonisten mee is gegaan, en in aanraking is gekomen met zwarte volkscultuur?"

Er wordt misschien wat makkelijk aan voorbij gegaan dat het grootste deel van de Amerikanen dezelfde Europese wortels hebben als wij die hier geleven zijn.

Gust De Meyer: "Ja, maar dáár is die versmelting gebeurd. De Amerikanen hebben een zeer interessante ervaring achter de rug. Soms denk ik dat we als Europeanen misschien moeten gaan kijken hoe zij die *creolising* tot stand hebben gebracht en daarvan proberen te leren."

Is de oorzaak van de afkeer van bepaalde groepen voor de Amerikaanse cultuur niet te vinden in het feit dat zij grotendeels gegroeid is uit Europese volksculturen, die hier in Europa lange tijd niet als cultuur werden beschouwd, of minstens als minderwaardig werden beschouwd? Uiteraard is er een verdere vermenging gebeurd met zwarte, Indiaanse en joodse volks-culturen.

Het grootste deel van
Vlaanderenervaart
"F. C. De Kampioenen"
als typisch Vlaams.



BRITN

Gust De Meyer: "Ja, terwijl het natuurlijk net in die populaire cultuur is dat misschien onze huidige eigenheid kan gevonden worden. "F.C. De Kampioenen", "Familie", "Tien om te zien" zijn zo Vlaams als maar kan zijn. Als ik naar de huidige hoge cultuur kijk, naar onze theatergezelschappen, naar onze dansensembles, dan is er een grote uitleg nodig om duidelijk te maken dat het om iets van ons gaat, behalve dan dat het mensen zijn die hier in Vlaanderen wonen, en precies omdat ze internationaal gericht zijn in het buitenland gevraagd worden. Ik wil wel 'ns een serieus essay lezen dat mij uitlegt wat de Vlaamse identiteit van bijvoorbeeld **Jan Fabre** is. Als voor 90% van de bevolking dat Vlaamse gevonden wordt in populaire televisieprogramma's, moeten we dat misschien maar leren aanvaarden."

Market

Populaire cultuur wordt meestal ook niet gesubsidieerd. Je ziet daarenboven ook die publieke sector zich terugtrekken, zoniet teruggedrongen worden. Je citeert Paul Willis, die misschien het duidelijkst de "COMMON CULTURE" omschrijft. Hij stelt dat de publieke sector niet kan concurreren met de marktsector, zeker niet in het aanbrengen van bruikbare symboolbronnen. M.a.w. de officiële, gesubsidieerde cultuurdra- gers van de verzorgingsstaat zijn

Deelnemers aan
het spelletje
"De drie wijzen",
samen met de Vlaamse
volksvermakers
Jacques Vermeiren,
Jimmy B.,
Walter Grootaers en
Kurt Van Eeghem.



blijkbaar niet meer in staat om maatschappelijk aanvaarde beelden te creëren.

Gust De Meyer: "Dit is moeilijk. Ik ben zelf vooral bezig met populaire muziek, en, op Nederland na, is er nooit veel officieel geld naar die sector gevloeid. Desondanks bloeit hij. Maar dan mag je niet vergeten dat de aanschaf van een instrument relatief goedkoop is.

Het wordt anders in andere sectoren die wél veel investeringen vragen, zeker in kleinere gebieden zoals Vlaanderen. Film zou zonder subsidie in Vlaanderen niet mogelijk zijn.

Dat geldt ook voor bepaalde vormen van televisie. Met name de soorten televisie die de publieke omroep geacht wordt te brengen zijn vermoedelijk niet van uit de markt te financieren. Ik ben er absoluut geen voorstander van dat die soorten televisie zouden verdwijnen dat de televisie geen hoge cultuur meer zou brengen, geen cultuurdokumentaires, en kwaliteitsfictie, geen achtergrondprogramma's die behoorlijk duur om maken zijn.

Waar we moeten voor zorgen, en dat geldt dan voor alle deelgebieden van de cultuur, zowel hoog als laag, is dat de **verscheidenheid** behouden blijft. Ik denk niet dat de markt daar voldoende belangstelling voor heeft. Je zou dat kunnen doen zoals nu de overheidssun georganiseerd is. Op dit moment is het natuurlijk zo dat men bij het verstrekken van geld geen vragen stelt over de kwaliteit van de krant, en dat lijkt mij wel een essentiële voorwaarde."

Nog een citaat in je boek. Van Neil Postman deze keer, meestal afgeschilderd als de halsrechte van populaire televisie. Je vermeldt zijn al te zelden aangehaalde uitspraak dat televisie op haar gevaarlijkst is als ze cultuur pretendeert.

Gust De Meyer: "Postman wordt nogal 'ns verkeerd gelezen. Postman heeft géén bezwaar tegen televisiejunk. Televisie moet volgens hem geen pretentie krijgen, omdat dat tegengesteld zou zijn aan het medi-

um zelf. Hij stelt dat televisie niet aan opvoeding kan doen. **"Sesamstraat"**, zegt hij, is goede televisie, maar draagt niets bij tot de opvoeding.

En dan stel ik mij vragen of je niet bijvoorbeeld een programma als **"Jammers"** wat een enorm publiek bereikt, meer als drager moet gaan beschouwen voor je informatie, opvoeding dan een goed bedoeld televisieprogramma waar zeer weinig mensen naar kijken. Dat soort programma's werkt evenzeer op emotie dan op informatieoverdracht, en misschien is daarin een zinvolle combinatie te maken van opvoeding en emotie. Volgens Postman zou dat onmogelijk zijn voor televisieprogramma's, maar ik weet het niet."

Het blijft een oud zeer, dat ook in stand gehouden wordt door oude categoriesystemen te hanteren. De EBU blijft zeer strakke onderscheiden in programmacategorieën maken met zijn ESCORT-systeem, de politieke overheid vraagt om handig hanteerbare percentageverdelingen.

Gust De Meyer: "Waarom zou leren niet aangenaam, zelfs ontspannend mogen zijn? De nieuwe interactieve media draaien prestaties op die verbinding. En ik heb de indruk dat we meer in die richting zullen gaan. Als je naar Amerikaanse documentaires kijkt,

merk je dat ze je op een emotionele manier proberen te betrekken bij het onderwerp, en tegelijkertijd zullen ze toch essentiële informatie geven. Europeanen hebben allicht te veel schroom om iets als aangenaams te ervaren.

Kijk, een groot deel van wat ik in dit boek beschrijf, aanhaal, stel, heeft als voorname bedoeling de discussie levendig te houden. De jongste maanden zijn een aantal tribunes in de kranten verschenen, waarin ook andere mensen ervoor pleiten om televisie te nemen zoals zij is, en binnen de context, binnen de beperkingen, maar ook met de enorme mogelijkheden van het medium te werken.

En dat is goed. Je moet proberen de discussie levendig te houden. Ik heb ook geen definitieve antwoorden."

En dat zeg je nu!

PETER CNOP

Gust De Meyer: "De zin van de onzin (De cultuur van de slechte smaak)", Radio3-BRTN-VAR/Hadewijch, Brussel / Antwerpen, 1994.

Een goede samenvatting van het boek verscheen in het oktobernummer van "Muziek en Woord", toen het uitgebreid behandeld werd op Radio 3. Het boek is verkrijgbaar bij de bibliotheek van de Studiedienst.



MARK DE VILDER

Will Tura in
Vorst-Nationaal, versie
1994, samen met het
Filharmonisch Orkest en
Koor van de BRTN:
een bruggetje tussen hoge
en lage cultuur.